

УДК: 339

Голда Надія

Golda Nadiya

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТУРИЗМ ЯК ДИНАМІЧНИЙ СЕКТОР СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

TOURISM AS THE DYNAMIC SECTOR OF THE WORLD

ECONOMY

Визначення, термінологія та ідентифікація будь-якого соціально-економічного явища в тій чи іншій мірі відображає його сутність. Туризм та рекреація, як соціально-економічне явище, що постійно розвивається та змінюється відносно макро та мікро економічних показників, має велику кількість визначень, які, відповідно до змін самого туризму та рекреації, постійно удосконалюються та допрацьовуються. Згідно визначення, прийнятим ООН "туризм та рекреація - це активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний з пересуванням за межами постійного місця проживання". Проте, більшість джерел, відокремлюють туризм від рекреації та трактують їх як два окремо взяті соціально-економічні явища.

У законі «Про туризм», туризм зазначається, як тимчасовий виїзд осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровчою, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою на термін від 24 години до одного року поспіль, без зайняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Туризм на сучасному етапі економічного розвитку є одним із найбільш високоприбуткових і динамічних секторів світової економіки, яка невпинно розвивається. Так як туризм є складним комплексним механізмом розглянемо його з точки зору маркетингу. Комплексність туризму передбачатиме вивчення продуктової політики, політики формування цін на туристичні послуги, вибору оптимальних каналів розповсюдження, методів

просування та реклами.

З метою більш повного підходу до рекламної діяльності туристичних підприємств розглянемо його продуктову політику і зупинимося на окремих видах туризму. Сучасні вчені розділяють туристичні послуги на провідні, до яких відносить лікування в оздоровчому турі; навчання в бізнес-турі; організація покупок у шоп-турі; участь у спортивних заходах у спорт-турі; відвідування паломницьких місць у релігійному турі та додаткові, що забезпечують проведення туру до яких належать візова підтримка, оформлення авіаквитків і багажу, доставка туристів, страхування. Формування туристичного продукту передбачає проведення маркетингового дослідження ринку з метою визначення потенційних споживачів та планування туру, що забезпечує створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Отже, можна зробити висновок, що туристичний продукт уособлює сукупність матеріальних і нематеріальних благ, які використовуються для обслуговування туристичних маршрутів. Організація діяльності підприємств туристичної індустрії полягає у забезпеченні між різними структурами формування, просування на ринок і реалізація туристичного продукту, а також наскрізного управління матеріальними та фінансовими потоками. Враховуючи ринковий попит туристичне підприємство визначає зміст туристичного продукту до якого входять наступні дані: вид туризму, країна куди подорожують, маршрут, загальна кількість турів, пакет послуг. Кожен із видів туризму передбачає програму обслуговування, яка потребує індивідуального підходу до обслуговування, рівня комфортності та відповідності між програмою обслуговування та її метою. За своєю суттю, туристична діяльність є особливим видом торгово-посередницької діяльності. Туроператор, або організатор подорожі, як суб'єкт підприємницької діяльності отримує прибуток від реалізації сформованого туристичного пакету.